

Miradas de adolescentes argentinos sobre la intimidad en Facebook

Alfredo Dillon

Universidad Católica Argentina

alfredodillon@yahoo.com

Resumen

A partir de entrevistas a adolescentes de diferentes barrios de la ciudad de Buenos Aires, este trabajo explora cómo se reconfigura para estos usuarios la esfera de lo íntimo en Facebook. El objetivo fue indagar sobre las representaciones de jóvenes de 17 y 18 años en relación con este tema: por medio de entrevistas en profundidad, se interrogó a los adolescentes acerca de sus criterios para publicar contenidos en la red social, la proliferación de rumores en la plataforma y la necesidad de preservar determinadas informaciones de la mirada de los otros, especialmente de los adultos. Contra los diagnósticos que advierten sobre el «fin de la intimidad», los adolescentes entrevistados se mostraron conscientes de la necesidad de controlar aquello que se hace público en Facebook. En la mayoría de los casos, el pudor, el dolor o los sentimientos significativos marcan el límite de lo que se postea en el «muro», ante los ojos de todos. Mientras el universo adulto solo aparece como autoridad censora –los padres– o amenaza peligrosa –hombres maduros, pervertidos y pedófilos–, la mayoría de los adolescentes entrevistados señaló la necesidad de un mejor acompañamiento por parte de los mayores. En todos los casos, los jóvenes reclaman «límites» que sean capaces de contener la sobreexposición de la intimidad en la red.

Palabras clave: privacidad, intimidad, redes sociales, Facebook, adolescencia.

Abstract. *Privacy in Facebook According to Argentine Teenagers*

This paper analyzes how teenagers from different neighborhoods of Buenos Aires (Argentina) value their privacy in Facebook, and how these users decide what information they reveal about themselves. Several 17 and 18-year-old adolescents were interviewed in depth, in order to explore their criteria for publishing information in the social network, as well as their perceptions towards the proliferation of gossip and rumors in the platform, and the need to restrict public access to certain personal information, especially in order to avoid adult control. Despite the contemporary theories that announce “the end of privacy”, teenagers interviewed for this exploratory study proved to be aware of the need of controlling what is made public in Facebook. In most cases, the limit that decides what is –or isn’t– posted on the “wall”, before everyone’s eyes, is related to a sense of shame, or pain, or other feelings considered “significant” by users. In the perception of teenagers that use social networks, adults are regarded as restrictive authorities –in the figure of parents– or dangerous threats –mainly represented by mature men, perverts and paedophiles–. Therefore, most adolescents emphasized their wish to receive better care from adults, and underlined that “limits” are fundamental in order to avoid overexposure in Facebook.

Keywords: Privacy, information disclosure, social networks, Facebook, adolescence.

1. Introducción

Este estudio se centra en los usos que los adolescentes argentinos hacen de Facebook y las representaciones que tienen en relación con sus interacciones en esta red social. Teniendo en cuenta el impacto masivo de Facebook y su expansión permanente en diferentes estratos sociales, el objetivo de la investigación fue explorar cómo adolescentes de diferentes barrios y niveles socioeconómicos de la Ciudad de Buenos Aires preservan su intimidad en Facebook.

Más allá de las críticas que ha merecido el concepto de «nativos digitales» —porque la variable generacional no es necesariamente garantía de equidad de acceso ni de uso (Jenkins, 2011: 81)—, lo cierto es que los adolescentes actuales han nacido bajo el imperio de internet y se han socializado en entornos atravesados por las TIC, que en las últimas dos décadas han avanzado sobre casi todos los aspectos de la vida social.

Si bien los adolescentes no son los únicos usuarios de Facebook, sí constituyen un segmento clave. Mientras chicos y chicas pasan varias horas semanales en estos espacios, los mensajes mediáticos muchas veces acentúan los peligros de las redes sociales y fomentan la tecnofobia de los padres. Indagar sobre los usos y representaciones de los adolescentes en relación con las redes sociales se vuelve imprescindible para entender los motivos por los cuales estos espacios cautivan a chicos y chicas. Por otra parte, con un total de más de 835 millones de usuarios (Internet World Stats, 2012), Facebook resulta un objeto de interés en sí mismo. En este sentido, explorar las miradas de los adolescentes sobre la red social permite también analizar algunas prácticas y lógicas propias de estos espacios de interacción, más allá de las edades de los usuarios.

2. Marco teórico

2.1. *Los estudios sobre redes sociales*

Los argentinos se han sumado masivamente al boom de las redes sociales. El país tiene una de las tasas de penetración de Facebook más altas del mundo: el 47,22% de la población tiene una cuenta (Social Bakers, 2012). Esta plataforma de interacción *online* constituye uno de los pilares más significativos de lo que se ha denominado la web 2.0 (O'Reilly, 2005): un internet participativo, que permite el trabajo colaborativo y la creación de comunidades virtuales.

Dentro de este panorama 2.0, caracterizado por la multidireccionalidad de la comunicación y la transformación del receptor en un *prosumer* (Benkler, 2006), la característica que distingue a las redes sociales de otras aplicaciones es la importancia de los vínculos. En esta línea, Boyd y Ellison (2007) enumeran tres funcionalidades que permiten definir a una plataforma como red social:

- Construir un perfil público o semipúblico delimitado dentro de un sistema.
- Articular una lista de otros usuarios con los que compartir una conexión.
- Ver y recorrer la propia lista de conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema.

Uno de los marcos teóricos que han resultado más productivos para pensar las redes sociales es la teoría de los usos y gratificaciones, cuyas primeras elaboraciones se remontan a los trabajos de Katz, Blumler y Gurevitch (1985). Esta teoría, concebida en el ámbito de la comunicación de masas, se pregunta por las motivaciones que explican el uso de los medios de comunicación, así como los factores que influyen en esas motivaciones y que se reflejan en percepciones, actitudes y conductas. En esta línea, si se traslada el planteo desde la comunicación masiva hacia las formas de interacción que proponen las redes sociales, la pregunta crucial sería: ¿cuáles son los motivos de los adolescentes para usar Facebook?

Una investigación de Sheldon (2008:46) registró seis factores principales que responden a esta pregunta, en orden de importancia: 1) Mantener relaciones. 2) Pasar el tiempo. 3) Ser parte de una comunidad virtual. 4) Entretenerse. 5) Sentirse incluido. 6) Encontrar compañía.

Para el caso de América Latina, De la Torre y Vaillard (2012) investigaron estas cuestiones entre jóvenes universitarios latinoamericanos y encontraron que Facebook es la red social considerada más útil para satisfacer necesidades de integración social, integración personal y evasión.

Otro estudio específico sobre adolescentes argentinos y redes sociales es el de Morduchowicz (2012). A partir de una serie de entrevistas a chicos y chicas, la autora trabaja sobre la construcción de la identidad juvenil en internet y afirma que, mediante las redes sociales, los adolescentes buscan conocerse a sí mismos y construir una imagen ante los demás que les permita integrarse al grupo y ser uno más entre sus pares.

Finalmente, un intento de sintetizar la profusa –y dispersa– bibliografía sobre Facebook puede encontrarse en el relevamiento de Wilson, Gosling y Graham (2012). Los autores analizaron más de 400 artículos académicos sobre Facebook y encontraron cinco preguntas clave según las cuales pueden clasificarse las distintas líneas de investigación:

- ¿Cómo se presenta a sí misma la gente en Facebook?
- ¿Quién está usando Facebook?
- ¿Por qué la gente usa Facebook?
- ¿Cómo está afectando Facebook las relaciones entre los grupos y los individuos?
- ¿Por qué la gente comparte información privada en Facebook a pesar de los potenciales riesgos?

En este artículo nos enfocaremos este último asunto: la transformación de la esfera de la intimidad a partir de la irrupción de Facebook en las vidas de los adolescentes.

2.2. *Las transformaciones de la intimidad*

Uno de los principales motivos por los que Facebook ha despertado recelos es la cuestión de la privacidad. Si en un comienzo este asunto no parecía tener demasiada importancia, con los años los usuarios fueron tomando mayor conciencia de los riesgos que implica exponer la intimidad en estos espacios (Dey, Jelveh y Ross, 2012).

La creación de perfiles falsos, la circulación de rumores, el uso de los datos privados por parte de terceros, el ciberacoso, la exposición al contacto con pederastas son solo algunos de los riesgos más frecuentes. Frente a esta posibilidad, algunos usuarios optan por incrementar los niveles de privacidad de su cuenta. Otros limitan la cantidad de información que suben a su perfil. Pero no faltan los que permanecen ajenos a estas preocupaciones y mantienen sus cuentas abiertas a todo el mundo.

Para entender las lógicas detrás de estos comportamientos se hace necesario revisar los conceptos de lo íntimo y lo público, que evidentemente no significan lo mismo que hace cincuenta años. Para Sibilia (2008), la separación rígida entre el ámbito público y la esfera privada es una convención histórica que corresponde al siglo XIX y principios del XX. Esta diferenciación clara de ambas esferas genera un determinado tipo de subjetividades: las *personalidades introdirigidas* (2008: 27). Pero a principios del siglo XXI todo cambia: «Se convoca a las personalidades para que se muestren. La privatización de los espacios públicos es la otra cara de una creciente publicitación de lo privado» (2008: 28). Predominan entonces las *personalidades alterdirigidas* (2008: 293), es decir, construcciones de sí orientadas hacia la mirada ajena.

En la red social, esa mirada llega por medio de los comentarios y los «Me gusta», y sintoniza con una necesidad que se agudiza especialmente en la adolescencia. Para Morduchowicz (2012), lo que los adolescentes buscan en las redes sociales es *probar* su identidad para obtener el reconocimiento y la validación del grupo de pares. En ese afán por ser aceptados, la intimidad cede ante el deseo de popularidad: «Para el adolescente, el anonimato y la intimidad no son valores prioritarios. Ser popular es una de las dimensiones que más valoran los adolescentes para sí mismos» (2012:73).

Tal vez el primero en registrar estas transformaciones haya sido Debord (1995), quien en 1967 anunció el advenimiento de la sociedad del espectáculo, en la que solo *es* lo que se *ve*. Para Debord, el espectáculo es un modo de vida y una visión del mundo, en la que las imágenes se independizan de la realidad. Ante esta omnipresencia de las imágenes, incluso la intimidad se espectaculariza. Desde los *reality shows* hasta los fotologs, los blogs confesionales, YouTube y los perfiles de Facebook, hoy las tesis de Debord parecen adquirir una vigencia que el autor probablemente no haya siquiera imaginado.

3. Metodología

Esta investigación de carácter cualitativo indaga acerca de los usos que los adolescentes argentinos hacen de Facebook y las representaciones que tienen en relación con sus interacciones en esta red social. Más específicamente, el propósito fue explorar cómo adolescentes de diferentes barrios y niveles socioeconómicos de la Ciudad de Buenos Aires interactúan con otras personas por medio de Facebook, sin perder de vista las interrelaciones entre el mundo virtual y el «real».

3.1. Sobre la muestra

Para indagar sobre estas cuestiones, se entrevistó a 26 adolescentes, todos ellos estudiantes en edad de asistir al último año de la escuela secundaria (17-18 años). Se decidió trabajar con este segmento etario por la importancia que adquieren los vínculos —de eso se trata la «red» social— en esta etapa de la vida. En cuanto al género, la mitad de los entrevistados fueron varones y la mitad mujeres.

La selección se hizo en función de los barrios en los que viven los estudiantes, y se llegó a ellos por medio de sus escuelas. Es decir, se los contactó *offline*, aunque todos los entrevistados son usuarios de Facebook. Si bien muchos estudios apelan a metodologías *online* y contactan a los participantes por medio de la red social, en este caso se prefirió trabajar *offline* porque uno de los principales intereses de la investigación era contrastar las representaciones de los usuarios sobre la construcción de la identidad en la esfera virtual y la real.

Se trabajó con barrios de diferentes niveles socioeconómicos, para incorporar esta variable al análisis y, de ese modo, explorar si las desigualdades socioeconómicas tienen algún impacto en los usos y las representaciones en torno a estas herramientas. Se eligieron seis barrios:

- Barrios de nivel socioeconómico alto y medio alto: Belgrano y Palermo
- Barrios de nivel socioeconómico medio y medio bajo: La Boca y San Cristóbal
- Barrios de nivel socioeconómico bajo: Villa 31 e Isla Maciel¹

Del total de entrevistas, 9 corresponden a adolescentes de los barrios de Belgrano y Palermo, 9 corresponden a La Boca y San Cristóbal, y 8 corresponden a Villa 31 e Isla Maciel. El tamaño de la muestra se definió a partir del

1. Si bien, en rigor, Isla Maciel está en el límite con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y forma parte del partido de Avellaneda, por su proximidad con la Ciudad se decidió incluirla en el estudio. Además, los entrevistados pertenecientes a este barrio fueron contactados en una escuela pública de la capital.

punto de saturación, que Mejía Navarrete define de la siguiente manera: «[En] el examen sucesivo de casos que van cubriendo las relaciones del objeto social, (...) a partir de una cantidad determinada, los nuevos casos tienden a repetir –saturar– el contenido del conocimiento anterior» (2000: 171).

En cuanto a las condiciones de conexión a la red social, todos los entrevistados afirmaron tener computadoras en su casa y conectarse desde allí, con excepción de un par de jóvenes de La Boca e Isla Maciel, que entran a Facebook desde el locutorio. En estos barrios y en San Cristóbal también hay adolescentes que mencionan las netbooks que recibieron en la escuela como medio principal de conexión.

Los celulares inteligentes parecen haber penetrado en todos los barrios: en cada uno hay por lo menos un entrevistado que menciona el *smartphone* como dispositivo preferido de acceso a internet. Aunque hay una mayor penetración de los nuevos celulares en los barrios de mayor poder adquisitivo (Belgrano y Palermo), también se los utiliza en los segmentos de menores recursos. A la vez, en Villa 31 y La Boca algunos entrevistados señalaron no tener teléfono celular. En otras palabras, las mayores desigualdades en las formas de conexión no parecen darse entre los barrios de los distintos segmentos socioeconómicos, sino al interior de una misma escuela: entre los de Villa 31 hay chicos sin teléfono y chicos con *smartphone*; en Isla Maciel hay entrevistados sin teléfono ni computadora en su casa, y otros que cuentan con los dos dispositivos.

3.2. *Objetivos y limitaciones*

El propósito del estudio fue exploratorio. La técnica de recolección de datos utilizada fue la de la entrevista en profundidad semiestructurada. La elección de esta técnica estuvo orientada por la complejidad y especificidad del tema social que iba a investigarse y por las características de las personas a entrevistar. Se trata, además, de la metodología privilegiada para indagar sobre usos y gratificaciones, ya que dicha teoría propone entrevistar a las audiencias de los medios –concebidas como usuarios activos–, asumiendo que las personas son suficientemente conscientes como para poder informar sobre su interés y sus motivaciones (Katz, Blumler, Gurevitch, 1985: 139).

Se recurrió a la *entrevista focalizada* (Ander-Egg, 2003: 92), de formato semiestructurado y con un enfoque semidirigido. Esta técnica presupone que las personas entrevistadas comparten una determinada situación o una experiencia común; en este caso, todos los entrevistados eran usuarios de Facebook, además de estudiantes de nivel medio (en escuelas de gestión privada y de gestión estatal).

Se diseñó una guía de entrevista con preguntas de respuesta abierta, con un orden secuencial preestablecido tendiente a explorar y profundizar sobre las cuestiones elegidas. Esta técnica permite que el entrevistado manifieste espontáneamente sus opiniones e inquietudes y que el entrevistador se involucre en la conversación de manera que, si la situación lo requiere, repregunte o genere nuevas preguntas. Las entrevistas fueron realizadas en las escuelas

a las que asisten los entrevistados, y tuvieron una duración promedio de 30 minutos.

Los datos provenientes de las entrevistas fueron analizados de manera horizontal —es decir, comparando las distintas entrevistas— a partir de las transcripciones completas, buscando las coincidencias y las disidencias entre las fuentes consultadas. Este tipo de técnica de recolección solo permite un análisis de tipo cualitativo, no cuantificable, basado en la interpretación de aquello que dicen los entrevistados. Esa es, precisamente, la mayor riqueza y la mayor limitación de la entrevista en profundidad: permite que los informantes se expresen con flexibilidad, pero exige por parte del investigador una comprensión intersubjetiva de las perspectivas que estos tienen respecto de sus vidas, experiencias o situaciones.

Las entrevistas fueron realizadas entre los meses de abril y julio de 2012. Se acordó que las fuentes serían citadas solo por el primer nombre, de manera de mantener su anonimato. Los ítems que se abordaron fueron los siguientes:

- Medio de conexión a Facebook, lugar de conexión, frecuencia de uso.
- Composición de la lista de contactos, relación entre contactos reales y virtuales.
- Espacios de encuentro con amigos, formas de interacción en la red social, representaciones sobre la amistad.
- Temas de conversación en Facebook, criterios para publicar contenidos.
- El valor de la popularidad, Facebook como termómetro de la aceptación social.
- Criterios para construir el propio perfil, lo que se elige mostrar y lo que no.
- Los espacios para compartir lo íntimo. Los riesgos que pueden aparecer en la red social.

A continuación se presenta una parte de los resultados, con eje en la transformación de la privacidad y la valoración de lo íntimo por parte de los adolescentes. Este material forma parte de una investigación más amplia, en la que también se indagó sobre otros aspectos del uso de las redes sociales, como la construcción de los vínculos y la presentación de la identidad personal en Facebook.

4. Resultados

El análisis de las entrevistas arrojó una primera conclusión: la variable socioeconómica no resultó significativa para pensar los usos y representaciones de los adolescentes en relación con las redes sociales. Salvo por algunas cuestiones puntuales, las respuestas de los chicos y chicas de los barrios de nivel socioeconómico más bajo no fueron muy distintas de las de los entrevistados de las zonas de mayor poder adquisitivo. Las diferencias

más significativas tienen que ver con las condiciones de conexión a la red: los usuarios que utilizan *smartphones* o computadora con internet en casa tienen rutinas distintas de aquellos que se ven obligados a ir al locutorio para conectarse. De todas maneras, como ya se señaló, esas condiciones varían al interior de cada segmento socioeconómico. En este sentido, los resultados confirman la hipótesis de Boyd (en Buckingham, 2008: 121), según la cual en las redes sociales la brecha más importante es de *participación* y no de *acceso*.

Dicho esto, ¿puede verse el éxito de Facebook como un paso hacia el «fin de la intimidad»? Frente a la tentación de hacer lecturas apocalípticas, los entrevistados señalan que la privacidad se transforma, pero no desaparece. Advierten que, si bien Facebook es un espacio para mostrarse y mostrar las cosas que les gustan, cada uno tiene sus pautas para delimitar qué es lo que se comparte públicamente.

Uno de los «límites» más mencionados es el que marca el pudor. Belén explica: «Nunca subiría fotos zarpadas. Tengo fotos en familia, o con amigas, o por ahí alguna con mi novio abrazándonos, pero nada más». Otra pauta en la que coinciden varios entrevistados es que los momentos de tristeza y dolor no deben compartirse con todo el mundo: el espacio de la red quedaría reservado solamente para las situaciones cotidianas triviales y para aquellos eventos que merecen ser celebrados. «Muchas veces muestro fotos con mis amigas, en un cumpleaños, todos sonriendo, felices, pero capaz no muestro tanto cuando estoy mal, cuando tengo algún problema», cuenta Martina.

¿Tener muchos contactos en la red supone perder intimidad en las relaciones? No necesariamente: todo depende de cómo se gestione el *acceso* que se ofrece a cada usuario. Tarde señalaba, a comienzos del siglo XX, que la multiplicación de los vínculos sociales iba en detrimento de la calidad de esos vínculos (1986: 137). Sin embargo, esta afirmación queda desmentida en las entrevistas. Los testimonios reiteran que cuidar la intimidad requiere elegir cuidadosamente con quiénes se hablan determinados temas, y de qué manera se les habla. Los entrevistados tienen una serie de criterios en función de los cuales deciden cómo y cuándo compartir las cosas que les importan:

- **Lo íntimo se puede compartir en Facebook, pero solo con gente conocida, y de manera privada.** El primer criterio para cuidar la intimidad es que solo se habla de ciertos temas con personas a las que se conoce. «Si uno conoce a la otra persona, se puede hablar tranquilamente de las cosas más íntimas. Pero si uno no es consciente de con quién está hablando, yo creo que no», advierte Federico. En estos casos, los mecanismos elegidos son los mensajes privados o el chat.
- **Lo íntimo se puede compartir en Facebook, pero solo con amigos muy cercanos.** «Hay cosas que te guardás para vos, y que solo conocen *tus amigos de la realidad*, están reservadas para ellos. Hay cierta información, que tiene que ver más con lo personal, que se restringe al círculo de amigos *en serio*», distingue Franco.

- **Lo íntimo no se comparte en Facebook.** «Para hablar de lo más íntimo, nos juntamos a tomar un café y hablamos ahí. Las cosas más personales no se publican. Las cosas superficiales sí», afirma Emilia.

La mayoría de los entrevistados hace hincapié en la importancia de controlar *qué* cuentan en la red social, y *a quién* se lo cuentan. Estas respuestas están en línea con las conclusiones de Morduchowicz, quien afirma que es el adolescente «quien toma la decisión sobre qué compartir y qué no con los demás. Y en estas decisiones reflexiona y toma conciencia de aquello que siente y piensa sobre sí y sobre los demás» (2012: 56). Es también en estas decisiones que los adolescentes construyen para sí mismos una esfera íntima y una pública, discerniendo qué aspectos de su vida cotidiana quieren compartir o preservar.

El valor que los jóvenes asignan a la intimidad puede verse, por ejemplo, en el celo con que cuidan que sus padres no accedan a sus perfiles en la red social. Andrea reconoce ese temor y lo vincula con una preocupación desmesurada de los adultos en relación con las redes —una preocupación que, en realidad, parece tener mucho de desconocimiento—:

A veces por ejemplo está la netbook en mi casa y no me acuerdo si quedó la contraseña puesta, y me imagino si mi mamá entró o mi papá entró... No son cosas malas lo que hago, pero que vean todos los mensajes privados que les mando a otras personas... Que no es malo, pero *para los padres es todo malo*.

Paradójicamente, los mismos entrevistados que subrayan la importancia de proteger su privacidad en la red son también los que reconocen que, muchas veces, les gana la curiosidad por saber sobre las vidas de los otros. Para muchos, el «paseo» virtual por los perfiles de sus conocidos —y no tan conocidos— es una actividad cotidiana, una fuente de recreación durante horas y horas. «Lo que más me gusta de Facebook es ver las cosas que hacen otras personas, sus fotos, sus comentarios... chismear», confiesa Lucrecia.

Antes de la llegada de la web 2.0, los únicos que veían su vida privada expuesta ante la mirada de personas con quien no elegían compartirla eran los famosos. Pero con la llegada de las redes sociales, y de Facebook en particular, la circulación de chismes y rumores empieza también a involucrar a la «gente común». Varios entrevistados mencionan la aparición de usuarios enigmáticos que postean chismes sobre el colegio o el barrio en los muros de las personas supuestamente involucradas en esos chismes. O, incluso, la creación de páginas anónimas donde se difunden estas historias.

En un colegio de Belgrano, los testimonios relatan que un alumno creó una página de Facebook destinada a hacer circular rumores sobre los estudiantes y profesores de la escuela. Los protagonistas de los rumores eran etiquetados para que todos sus contactos leyera la información. Rocío cuenta: «Te etiquetaban, entonces después te aparecía en el muro y la gente comentaba. Muchas personas se enojaban, porque a veces no era verdad. O si era verdad, no querías que la gente se enterase».

Por su parte, los entrevistados de La Boca cuentan que existe una página parecida a aquella, en la que los rumores abarcan no a una escuela en particular, sino a los chicos de varias escuelas del barrio. Gabriela explica:

Hay un perfil de cada barrio, y ahí te enterás de todo. Yo leía las cosas que ponían de mis amigas y ahí es cuando más *puterio* (chusmerío) se arma. Te enterás de cada cosa... Y encima es anónimo. Pero ponen tu nombre, a veces te etiquetan para que aparezca en tu muro, y no es que ponen «Tal se sacó un uno en Matemática». Ponían «Tal estuvo con tal, que es novia de tal», o «Tal es novio de tal», y así, para hacer quilombo.

La aparición de páginas como estas es solo un ejemplo de cómo los desplazamientos de la frontera entre lo público y lo privado generan conflictos dentro de Facebook. Si bien los usuarios se muestran conscientes de la visibilidad que tienen en la red social, esa visibilidad puede producir efectos indeseados cuando del otro lado de la pantalla hay alguien no previsto. Los adolescentes sostienen que la mayor parte de los conflictos en la red son por celos: las chicas se pelean entre sí por los chicos, los chicos se pelean entre sí por las chicas.

La seducción está a la orden del día: en esas dinámicas de coqueteo se genera buena parte de los conflictos virtuales que, generalmente, luego se trasladarán a la vida «real». En algunos casos, el mandato implícito de seducir lleva a que los adolescentes se expongan a niveles que sus mismos pares rechazan. El fenómeno se da sobre todo entre las mujeres: varios testimonios mencionan la sobreexposición de algunas chicas que utilizan sus perfiles para mostrarse con poca ropa o en poses provocadoras. «Las chicas están muy expuestas en las fotos. Tengo una amiga que se saca fotos en ropa interior y las sube. Se lanzan más en Facebook que en persona», sostiene Daiana. Son varios los entrevistados que interpretan esta sobreexposición como una competencia por conseguir más amigos. «Compiten a ver quién es más linda, quién tiene más 'Me gusta' en las fotos, quién tiene más chicos agregados», describe Andrea.

Resulta llamativa la frecuencia con que aparecen menciones al peligro concreto que implica la sobreexposición en la red. Algunas entrevistadas confiesan haber recibido ofertas de dinero a cambio de sexo. «Yo ya no acepto a hombres grandes como contactos, porque hay tipos que te quieren pagar», asegura Juliana. Varias chicas revelan haber sido contactadas por hombres adultos y, en algunos casos, acosadas verbalmente. En muchas entrevistas se reiteran las críticas contra «los hombres mayores que solo entran a Facebook para molestar a las chicas».

A partir de estos riesgos, varios entrevistados advierten sobre la necesidad de preservar a los chicos y chicas que empiezan a utilizar la red social desde pequeños. «Me parece mal que los chicos más chicos usen Facebook. Porque las nenitas de 10 a veces suben cada foto... No se dan cuenta. O se meten en temas de grandes. Para mí está mal, deberían empezar a los 15», propone Martín. Los principales riesgos que se mencionan son la sobreexposición y la posibilidad de ser contactados por pedófilos o adultos con segundas intenciones. En varios testimonios se alude a la existencia de una presión social que

impulsa a los chicos a mostrarse a cualquier precio.

Finalmente, otra fuente de conflictos en Facebook deriva de la convivencia, dentro de la red de contactos de un usuario, de personas que normalmente no coincidirían en ningún espacio de la vida social. Un ejemplo es la presencia de los padres como elemento disruptivo. Es que una de las principales características de la adolescencia es la necesidad de construir un espacio «a salvo» de la mirada de los adultos. En consecuencia, como afirma Boyd (en Buckingham, 2008: 134), para muchos chicos la red social resulta un ámbito más privado que el hogar, donde se sienten bajo la supervisión constante de la mirada adulta. Por eso, son excepciones los jóvenes que admiten entre sus contactos de Facebook a los padres.

Lampinen, Tamminen y Ouslavirta (2009) describen este fenómeno como la «superposición de esferas sociales» en el espacio virtual de la red social. Para evitar los conflictos derivados de esa superposición, los usuarios suelen implementar diversas estrategias, que incluyen la aplicación de distintos niveles de privacidad, la autocensura y la utilización de mensajes privados para determinadas informaciones. Una de las entrevistadas, Eva, utiliza una estrategia diferente: aceptó a su papá en Facebook, pero creó otro perfil paralelo para eludir su control:

Tengo dos Facebook: en uno tengo a mi papá, pero casi nunca entro a ese. El otro es el que más uso. En el que uso habitualmente publico muchas fotos, muchas imágenes, y el otro que tengo lo uso más para gente de la iglesia, o mis familiares, que no quiero que vean mucho lo que hago.

En otras palabras, para los adolescentes preservar su intimidad supone mantener ciertos aspectos de su vida al margen de la mirada controladora de los padres o los familiares responsables. En muchos casos, esa mirada adulta tiene más peso que la de los contactos más o menos desconocidos que acceden a todo lo que estos jóvenes publican en Facebook.

5. Conclusiones

Contra los diagnósticos que advierten sobre el «fin de la intimidad», los adolescentes entrevistados se muestran conscientes de la necesidad de controlar aquello que se hace público en Facebook, para poder resguardar algunos elementos cotidianos de la mirada de los otros. Quizás en los primeros años de explosión de la red social la exposición pública de la «gente común» avanzó con fuerza sobre la intimidad, pero hoy los usuarios parecen más preocupados por poner un límite a tanta exhibición. Esta preocupación se ve acompañada por los cambios en las políticas de privacidad de Facebook, que apuntan a que el usuario pueda administrar cada vez con mayor precisión qué contactos acceden a determinados contenidos y cuáles no.

En la mayoría de los casos, el pudor, el dolor o los sentimientos significativos marcan el límite de lo que se postea en el muro, ante los ojos de todos. Así

como admiten que la red social es un espacio de encuentro con amigos, chicos y chicas también advierten que hay ciertos temas sobre los que es preferible conversar cara a cara. Aun cuando crecieron con las nuevas tecnologías, los adolescentes perciben una cierta despersonalización en los intercambios mediatizados, y eligen la conversación presencial cuando lo que hay que compartir tiene que ver con la intimidad profunda.

La proliferación del «chismerío» es señalada con preocupación por los entrevistados: las redes empiezan a reproducir ciertas lógicas mediáticas, según las cuales puede decirse cualquier cosa de cualquier persona, sin temor a herirla. Las fotos de perfil en poses provocadoras, con poca ropa y algún efecto de retoque, también parecen emular ciertos estilos de la cultura mediática: las tapas de revistas, los gestos de modelos o *vedettes* frente a las cámaras. En estos juegos de exposición, son los propios adolescentes los que reclaman un límite: se lo reclaman a sus pares, y a sí mismos.

«Tiene que haber un límite». La frase se repitió en varias entrevistas, en relación con distintos temas: las fotos en las que las chicas se muestran de más, los conflictos por celos o envidia, la publicación constante de cada detalle de la vida de una persona... Los entrevistados piden también un límite generacional: varios se quejan de la presencia de los adultos, sobre todo de hombres mayores que buscan chicas en la red y las ponen en riesgo. Los entrevistados también piden un límite para los más jóvenes: afirman, convencidos, que un chico de 13 o 14 años no debería estar en Facebook, para no exponerse a las situaciones a las que ellos ya están expuestos.

Queda planteada, entonces, una pregunta: ¿la protección que los jóvenes de 17 y 18 reclaman para los menores de 13 y 14, no la estarán reclamando también para sí mismos? Mientras el universo adulto solo aparece como autoridad censora —los padres— o amenaza peligrosa —hombres maduros, perversos y pedófilos—, los adolescentes entrevistados parecen solicitar un acompañamiento diferente por parte de los mayores. Varios subrayan que la escuela no habla de estos temas. Tal vez ese sea el ámbito donde haya que empezar a brindar herramientas para que chicos y chicas puedan tener un control más efectivo de lo que publican —y lo que preservan— en Facebook, sin quedar involucrados en conflictos o situaciones de riesgo que los tomen por sorpresa.

Referencias bibliográficas

- ANDER-EGG, E. (2003). *Métodos y técnicas de investigación social*. Vol. IV. Buenos Aires: Lumen.
- BENKLER, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Newhaven: Yale University Press.
- BOYD, D. Y ELLISON, N. (2007). «Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship». En: *Journal of Computer-Mediated Communication*, N° 13, vol. 1. Indiana: Indiana University. Disponible en: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>. [Fecha de consulta: 17/05/2012].
- Buckingham, D. (2008). *Youth, Identity and Digital Media*. Cambridge: MIT Press.

- DEBORD, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Santiago de Chile: Naufragio.
- DE LA TORRE, L. Y VAILLARD, L. (2012). «¿Cómo usan las redes sociales los jóvenes de Latinoamérica?». En: *Ecos de la comunicación*, N° 5. Buenos Aires: Universidad Católica Argentina.
- DEY, R.; JELVEH, Z. Y ROSS, K. (2012). «Facebook users have become much more private: A large-scale study». En: *4th IEEE International Workshop on Security and Social Networking (SESOC)*, Lugano. Disponible en: <http://cis.poly.edu/~ratan/facebookusertrends.pdf>. [Fecha de consulta: 27/07/2012].
- INTERNET WORLD STATS, <http://www.internetworldstats.com>. [Fecha de consulta: 24/07/2012].
- JENKINS, H. (2011). «Conferencia inaugural del VI Foro Latinoamericano de Educación». En: Dussel, I. y Quevedo, L. A.. *Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital*. 79-90. Buenos Aires: Santillana.
- KATZ, E.; BLUMLER, J. G.; GUREVITCH, M. (1985): «Usos y gratificaciones de la comunicación de masas». En: Moragas Spa, M. *Sociología de la comunicación de masas*, vol. 2, 127-171. México: GG Mass Media.
- LAMPINEN, A.; TAMMINEN, S. Y OUSLAVIRTA, A. (2009). «All My People Right Here, Right Now: Management of Group Co-Presence on a Social Networking Site». En: *Proceedings of the ACM 2009 International Conference on Supporting Group Work (GROUP '09)*. Nueva York: ACM. 281-290. Disponible en: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.149.4715>. [Fecha de consulta: 28/04/2012].
- MEJÍA NAVARRETE, J. (2000). «El muestreo en la investigación cualitativa». En: *Investigaciones sociales*, N° 5. Lima: Universidad Nacional de San Marcos. 165-180.
- MORDUCHOWICZ, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- O'REILLY, T. (2005). «What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software». Disponible en: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>. [Fecha de consulta: 08/04/2012].
- SHELDON, P. (2008). «Student Favorite: Facebook and Motives for its Use». En: *Southwestern Journal of Mass Communication*, vol. 23, N° 2. Southwest Education Council for Journalism and Mass Communication. 39-53. Disponible en: <http://research-methods-se2-class7.wikispaces.com/file/view/Student+Favorite+-+Facebook+and+motives+for+its+use.pdf>. [Fecha de consulta: 16/05/2012].
- SIBILLA, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- SOCIAL BAKERS, www.socialbakers.com/facebook-statistics/argentina. [Fecha de consulta: 24/07/2012].
- TARDE, G. (1986). *La opinión y la multitud*. Madrid: Taurus.
- WILSON, R. E.; GOSLING, S. Y GRAHAM, L. (2012). «A Review of Facebook Research in the Social Sciences». En: *Perspectives on Psychological Science*, N° 7. SAGE. 203-220. Disponible en: <http://pps.sagepub.com/content/7/3/203>. [Fecha de consulta: 11/05/2012].

